

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Baines, P., Dixon, C., (2003) *Signs: Lettering In The Environment*. France: Vendee France. Dikutip dari <https://www.goodreads.com> (diakses : 3 November 2019)
- Danton, S. (2001). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.
- Darmaprawira, S. (2001) *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Formigari, L., Gambarara, D., (1995) *Historical Roots of Linguistic Theories*. Philadelphia: John Benjamins. Dikutip dari <https://www.goodreads.com> (diakses : 5 November 2019)
- Follins, J., Hammer, D., (1979) *Architectural Signing & Graphics*. New York: Whitney Library of Design. Dikutip dari <https://www.goodreads.com> (diakses : 5 November 2019)
- Gibson, D. (2009) *The Wayfinding Handbook*. New York: Princeton Architectural Press. Dikutip dari <https://www.goodreads.com> (diakses : 1 November 2019)
- Ginting, D. (2015) *Komunikasi Cerdas*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hunter, S. (2010) *Design Resources DR-01 Architectural Wayfinding*. New York: IDEA Center. Dikutip dari <https://www.ueducation.org/> (diakses : 10 November 2019)
- Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Lexy J, M. (2005) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, S., Nancy, M., William, W. (2009) *Advertising Seri Kedelapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tinarbuko, S. (2009) *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

INTERNET

Tanuwidjaja, G. (2012, Maret 24) *Wayfinding & Orientation System*. Greenimpactindo. Dikutip dari <https://greenimpactindo.wordpress.com/>. (diakses : 1 November 2019)

JURNAL

Kurniawan, I. (2011). *Budaya Percepatan Dan Percepatan Budaya*. Visualita, vol. 3 (1), 43 – 49. Doi: 10.33375/vsl.v3i1.1097.

Zahay, D., Griffin, A. (2004). *Customer learning processes, strategy selection, and performance in business-to-business service firms*, Decision Sciences, 35(2), 169-203.